

О.В. СОФЬИНА, И.А. ТОВКЕС

АНКЕТИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ОЦЕНКИ РЕПУТАЦИИ БИБЛИОТЕКИ ВГУВТ

ВГУВТ

В настоящее время библиотека как учреждение культуры существует в условиях конкуренции с мощнейшей индустрией развлечений. Чтобы выполнять свои основные функции в качестве просветительского, информационного центра, хранилища культурного наследия для библиотеки актуальной становится работа по привлечению читателя. Речь идет как об использовании традиционных форм деятельности отделов обслуживания, так и о новых, электронных формах (виртуальные выставки, электронные презентации, селфи-проекты и др.).

Университетские библиотеки имеют свою специфику. Их основная работа – обеспечение учебных и научных процессов в соответствии с требованиями системы менеджмента качества (СМК). Однако библиотека университета водного транспорта не только важнейший инструмент организации информационно-образовательного пространства вуза, но и один из центров культурно-просветительской и гуманитарно-воспитательной работы. Для выполнения этой миссии у библиотеки есть все возможности: богатейшие фонды, площади читального зала, выставочные витрины и, главное, опытный, творчески настроенный коллектив. Наличие положительной репутации среди профессорско-преподавательского состава, сотрудников университета и обучающихся является важнейшим «активом» нашей библиотеки.

Сегодня понятия *имидж, деловая репутация, репутационная реклама, репутационный капитал* – наиболее востребованные в сфере маркетинга. В экономике деловая репутация – это «доброе имя» («Goodwill») компании, формирующееся в течение длительного времени и побуждающее заинтересованные стороны оставаться верными сделанному выбору. Специалисты-маркетологи считают построение положительной репутации – одним из главных факторов конкурентного поведения компании. Профессор маркетинга Австралийской высшей школы менеджмента при Университете Нового Южного Уэльса Грэм Даулинг выделяет восемь этапов построения «пирамиды имиджа и репутации», высшими из которых являются «утверждение» («К вам я обращусь в первую очередь») и «рекомендация» («Я посоветую другим обратиться к вам») (Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – Москва: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2003. – 368 с.). Построение репутации осуществляется в процессе всей деятельности организации, затрагивает отношения со всеми

взаимодействующими с ней группами контрагентов и имеет своей целью формирование положительного общественного мнения о предприятии.

Управление репутацией в современных экономических условиях становится важнейшим фактором благополучия фирмы, поскольку положительная репутация является свидетельством высокой квалификации сотрудников, способных создавать высококачественный продукт. Сначала фирма работает на репутацию, потом – репутация на фирму, способствуя повышению ее устойчивости в условиях конкуренции, налаживанию прочных отношений с партнерами и инвесторами, расширению клиентуры. Поэтому вложения в репутацию – нематериальный актив предприятия – оказываются зачастую более эффективными, чем в профильный бизнес. Так, например, активы компании «Coca-Cola» на 40% состоят из технологий, а 60% составляет репутационный капитал. Хорошая репутация дает возможность этой фирме продавать свою продукцию по более высоким, чем конкуренты, ценам; приобретать более дешевые трудовые ресурсы; более длительное время получать максимальные доходы и прочие материальные выгоды.

Конечно, вузовская библиотека имеет качественно отличную от экономического предприятия цель и средства ее достижения. Цель деятельности библиотеки в вузе – передача необходимой для учебного процесса информации своим пользователям посредством бумажных и электронных носителей. Однако для эффективного достижения этой цели также необходима положительная деловая репутация, которая создавалась многими поколениями сотрудников и руководителей библиотеки университета водного транспорта. Сегодня построение хорошей репутации не может быть стихийным, поскольку повышается качество образования, усложняется структурная организация вуза, и, одновременно, меняются место и роль библиотеки в этой системе. Библиотека все больше вовлекается во внеучебную массовую работу вуза и расширяет взаимодействие с культурным пространством города. В этих условиях построение деловой репутации специальной вузовской библиотеки – длительный, системно-организованный, целенаправленный процесс. Он требует изучения потребностей нашей читательской аудитории, адресной работы с ней и правильного подбора методов распространения и оценки информации о деятельности библиотеки. С точки зрения поставленных задач мы представляем опыт литературно-информационных обзоров, особенно важный для привлечения студентов технического вуза в абонемент гуманитарной литературы. Ведь высшее образование предполагает, помимо специальных профессиональных знаний, формирование человека с определенным уровнем культуры. Более того, обзоры показали, что студенты нуждаются в неформальном гуманитарном общении.

Обзоры считаются традиционной формой работы библиотеки, имеющей живой отклик слушателей. Литературно-информационные обзоры, которые проводит абонемент гуманитарной литературы, демонстрируют нашим пользователям глубину книжного фонда библиотеки и активизируют читательский интерес к книге как печатному свидетельству своего времени. Тематика литературно-информационных обзоров 2015 года отражает

профессиональную направленность нашего вуза. Так, например, цикл обзоров «Российскому Речному Регистру – 100 лет» оказался очень востребованным для студентов разных факультетов и курсантов отделений речного училища. История Регистра неотделима от истории судоходства и внутреннего транспорта России, которая в свою очередь неотделима от истории России. Поэтому можно было предложить для обзора как издание, выпущенное к юбилею Регистра (Российский Речной Регистр, 100 лет. – Москва: РИЦ «Морские вести России», 2013. – 240с.), так и разнообразную литературу по краеведческой тематике, истории судостроения, в том числе и работы преподавателей университета. Во время этого обзора мы старались представить наглядные свидетельства эпохи из частных коллекций и семейных архивов. Например, фотографии династий речников, свидетельство об окончании Нижегородского ремесленного училища имени И.П. Кулибина 1901 г., удостоверение о прохождении практики на пароходе «Император Николай II» 1899 г., расчетный лист пароходного общества «По Волге» 1901 г., подлинники которых сохранились в семейных архивах сотрудников университета.

Цикл обзоров к 280-летию со дня рождения выдающегося русского механика И.П. Кулибина (1735–1818) стал своеобразным анонсом инженерных шедевров, созданных на нижегородской земле. В обзоре были представлены инженерные решения, которые привели к коренным изменениям в жизни всего человечества. Но главный акцент был сделан на биографиях и творческих судьбах их создателей – наших земляков, родившихся на нижегородской земле или связавших с нею свою творческую жизнь. Среди них – известные всем имена И.П. Кулибина, А.О. Карелина, А.А. Бетанкура, В.Г. Шухова, Р.Е. Алексеева. Но в обзоре упоминается ряд изобретений, авторство которых многими забыто или совсем утрачено, как, например, имена разработчиков уникального, первого в мире родникового водопровода в Арзамасе (1891 г.).

На обзорах мы представляем аудитории новую литературу, которая издается в Нижнем Новгороде, в частности, в издательстве «Кварц» (Алексеева, Т.Р. От замысла к воплощению... : Эскизы, рисунки, чертежи Ростислава Алексеева / Т.Р. Алексеева, О.И. Наумова. – Нижний Новгород: Кварц, 2015. – 144 с.; Корабелы в пятом океане. – Нижний Новгород: Кварц, 2011. – 368с.; Нижний Новгород и нижегородцы в старинных фотографиях : Фотоальбом. – Нижний Новгород: Кварц, 2013. – 216с.; Шумилкин, С.М. Нижегородская ярмарка. – Нижний Новгород: Кварц, 2014. – 200 с.). Однако в условиях оптимизации финансирования вузов пополнение фонда становится все более сложным. Поэтому мы не можем проводить периодические обзоры новинок художественной литературы. В этих условиях абонемент гуманитарной литературы избрал тактику тематических обзоров с представлением тех новинок, которыми располагают все отделы обслуживания нашей библиотеки. Обзоры сопровождаются демонстрацией фотографий, документов, предметов быта, предоставленных в наше распоряжение читателями и сотрудниками библиотеки. Мы убеждены, что вещественные свидетельства семейно-бытовой культуры, которые удалось сохранить в домашних библиотеках и архивах, передают «вкус» и «запах» времени, служат живой связью между поколениями,

привлекают наших читателей. Так, фотоаппарат 20-30 гг. XX века, который демонстрировался на обзоре, посвященном инженерным шедеврам, вызвал большой интерес к творчеству нижегородского фотографа и изобретателя А.О. Карелина (1837–1906).

На литературно-информационных обзорах мы имеем возможность, кроме демонстрации фондов и активизации читательского интереса к книге, проводить анкетирование аудитории. Такая анкета была разработана и утверждена методическим советом библиотеки ВГУВТ в 2014 году. При этом учитывались рекомендации новейших публикаций журнала «Научные и технические библиотеки»: «Анкета – важная составляющая маркетингового исследования, инструмент для сбора первичных данных. Содержание анкеты должно быть подчинено теме и задачам исследования. Для этого каждый из вопросов нужно соотносить с исследовательскими задачами, а также продумать логический порядок их расположения» (Мелентьева, Е.Ю. Изучение удовлетворенности пользователей качеством библиотечного обслуживания: опыт работы научной библиотеки Витебского государственного университета им. П.М. Машерова // Научные и технические библиотеки. 2014. № 8. С. 28).

Целью нашего анкетирования является изучение мнения присутствующих на обзорах студентов университета и курсантов речного училища по вопросам удовлетворения качеством этого вида внеучебной работы библиотеки.

Были поставлены следующие **задачи исследования**:

- анализ оценки читательской аудиторией актуальности тем обзоров;
- определение степени заинтересованности слушателей во время обзора и сложности в восприятии информации;
- выяснение уровня отклика аудитории и зрелищность представления обзора;
- выявление потребностей аудитории в тематике новых обзоров;
- изучение степени информированности читательской аудитории о проведении литературно-информационных обзоров и их темах.

Выбрана **тематика обзоров**: «Российскому Речному Регистру – 100 лет», «Инженерные шедевры, созданные на нижегородской земле».

Установлены **сроки проведения анкетирования**: январь – март 2015 года.

Произведена **выборка респондентов**:

- 1) студенты I – V курсов электромеханического факультета и факультета кораблестроения, гидросооружений и защиты окружающей среды (76 анкет);
- 2) курсанты II – IV курсов эксплуатационного отделения (33 анкеты).

Итого: 109 анкет.

Метод исследования: групповое анкетирование во время проведения обзоров. Такая технология позволила дать необходимые разъяснения респондентам и проконтролировать возврат анкет.

Полученные статистические данные по оценке качества литературно-информационных обзоров 2015 г. нашли свое отражение в сводной таблице.

Таблица

Параметры оценки	Коэффициент удовлетворенности в %			Оценка ситуации
	5-4 балла	3 балла	2-1 балл	
Актуальность темы	92%	6%	2%	Высокий уровень
Наличие интересной информации	95,4%	3,6%	0,9%	Высокий уровень
Доступность восприятия информации	94%	5%	0,9%	Высокий уровень
Интенсивность отклика аудитории	71,5%	24,7%	3,6%	Выше среднего уровня
Зрелищность обзора	95%	4%	0,9%	Высокий уровень

Кроме приведенных данных, анкетирование позволило выявить блок тем, которые можно планировать для новых обзоров: «Страницы истории Нижнего Новгорода» (47% ответов); «История флота» (40% ответов); «История костюма и моды» (25%), «Деловой этикет» (20%) и др. Некоторые респонденты дали более одного ответа на поставленный вопрос.

Вопрос «Кто инициатор проведения обзора в вашей группе?» выявил, что 44% опрошиваемых считают библиотеку организатором данного мероприятия, 36% назвали в этом качестве преподавателей и куратора, а 14% затруднились ответить на этот вопрос.

При составлении анкеты нам было любопытно выяснить, что думают респонденты по вопросу источников получения информации о возможности запроса на проведение обзора в читательской группе. 88% опрошиваемых считают, что эту информацию можно получить на обзоре; 21% – на странице «Библиотека» сайта университета; 5% – на информационном стенде «Библиотека – куратору».

Изучение статистических данных позволяет сделать вывод, что почти половина студентов уже присутствовала на литературно-информационных обзорах прошлых лет. Анкетирование, которое проводилось на данных обзорах, показало, что подавляющее количество респондентов дает высокую оценку качества культурного продукта абонемента гуманитарной литературы. Это свидетельствует, по мнению анкетлируемых, о положительной репутации библиотеки университета.

Анализ результатов анкетирования дает нам возможность в тематике обзоров учитывать потребности аудитории, делать свою работу адресной. Так, в стадии разработки находится обзор «Каменная корона Дятловых гор», посвященный 500-летию Нижегородского кремля. Обратная связь, оценка

эффективности деятельности нашего отдела читателями и слушателями позволяет управлять деловой репутацией абонента гуманитарной литературы, создать эмоциональную привлекательность отдела, желание продолжать сотрудничать с нами и, одновременно, правильно определить свою миссию в рамках системной организации библиотеки и вуза.

Основную цель своей деятельности мы видим в реализации социально значимой идеи гуманитарного просвещения и воспитания студентов, обучающихся в техническом вузе. Приближение книги как печатного продукта, носителя культурной информации к читательской аудитории посредством литературно-информационных обзоров – важнейший метод достижения этой цели.

Не менее значимыми являются и другие методы построения положительной репутации: выставочная работа; организация презентаций, литературных встреч и др.; построение доброжелательных, конструктивных отношений с кураторами кафедр и отделений, заместителями деканов по воспитательной работе; информирование о своих достижениях и возможностях; осуществление поддержки со стороны руководства библиотеки и вуза.

У библиотеки ВГУВТ – растущие возможности. Традиционные формы библиотечного обслуживания многократно расширились с началом функционирования зала информационных технологий. Библиотека идет к своим читателям посредством современных электронных носителей информации. И все же: «Не надейтесь избавиться от книги. Цифра безлика, бесплотна..., нет шороха страниц, нет запаха... Бумага не умрет никогда», – был убежден классик литературы постмодернизма Умберто Эко.